

حسب نتائج مؤشر سيرفس هيرو للنصف الأول 2018

79.2% مستوى رضا المستهلكين في الإمارات

دبي - البيان

تحسن مستمر

قالت فاتن أبو غزالة، رئيس سيرفس هيرو: «للعام الثالث على التوالي ومنذ إطلاق المؤشر في دولة الإمارات، أظهرت النتائج تحسناً مستمراً في المعدل الإجمالي لرضا العملاء. ويُعد ذلك إشارة واضحة على التوجه الراسخ والجهود الحثيثة المبذولة في سبيل بناء ثقافة تدرك أهمية التميز في الخدمة، والأهم من ذلك مستوى الجودة في تقديمها، وبشكل خاص شهدنا تحسناً في رضا العملاء حول صيانة السيارات (9%) والمستشفيات الخاصة (5%)، غير أن بعض القطاعات والمعايير تشهد تراجعاً في النتائج. وبالنسبة لسوق دولة الإمارات أو أي سوق آخر، فمن الضروري إحداث نوع من التوازن عند تقديم أي خدمة حرصاً على مطابقة مزود الخدمة لجميع المعايير بنجاح. وكانت الفئات التي شهدت انخفاضاً في الرضا هي الوجبات السريعة والسوبر ماركت».

المنزلي في المرتبة الأولى من حيث ولاء العملاء، كما شملت القطاعات التي سجلت أدنى معدل في التقييمات كلاً من شركات الاتصالات المتنقلة والبنوك

الأول سجلت قطاعات وكلاء السيارات الجديدة وخدمة السيارات والمقاهي أعلى معدل في التقييمات، فيما جاءت قطاعات شركات الإلكترونيات والأثاث

أعلنت سيرفس هيرو، المؤشر الوحيد في المنطقة لقياس رضا العملاء، الذي يتخذ من الكويت مقراً له، أمس، عن النتائج الأخيرة لمؤشر رضا العملاء في دولة الإمارات عن النصف الأول للعام 2018، التي أظهرت أن المعدل الإجمالي لرضا المستهلكين بلغ 79,2%.

وترتكز النتائج على 13,289 تقييماً معتمداً، تمثل مستوى ثقة يصل إلى 95% مع هامش خطأ +/- 3% فقط على مستوى الدولة، وتم جمع التقييمات في الفترة بين 1 و30 يونيو 2018، وشملت العينة 360 علامة تجارية مصنفة ضمن 14 قطاعاً.

وكلاء السيارات

وبحسب نتائج المؤشر سيرفس للنصف

التجارية والمشافي الخاصة، في حين سجل القطاعان الأخيران إلى جانب البنوك الإسلامية أدنى مستوى من حيث ولاء العملاء.

ويتم قياس كل قطاع مقابل 8 معايير للخدمة، هي سلوك الموظفين، والموقع، وجودة الخدمة، والسعر مقابل القيمة، والسرعة، والثقة بالمنتج، والخدمة الهاتفية، والموقع الإلكتروني، ويجري تقييم هذه المعايير على أساس ما قبل تجربة العميل وما بعدها بهدف معرفة الفرق بين توقعات العميل للخدمة التي يتلقاها ومستوى الرضا الفعلي عنها.

وأظهرت نتائج النصف الأول 2018 أن معياري السعر مقابل القيمة والموقع الإلكتروني سجلا أقل النتائج، في حين سجل معيار الموقع ومعيار كفاءة الموظفين أعلى النتائج في المؤشر.